

GAMBARAN RESILIENSI PENGUSAHA *COFFEE SHOP* PADA MASA PANDEMI COVID 19

¹Mu'minatus Fitriati Firdaus

²Puteri Hana

³Hendro Prabowo

⁴Meity Arianty

¹Universitas Gunadarma, muminatus_ff@staff.gunadarma.ac.id ,

²Universitas Gunadarma, hanashafa.puteri@gmail.com,

³Universitas Gunadarma, hendroprabowo@staff.gunadarma.ac.id

⁴Universitas Gunadarma, meity@staff.gunadarma.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid 19 menyebabkan beberapa kesulitan yang harus dihadapi oleh pengusaha coffee shop, tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan tingkat resiliensi pada pengusaha coffee shop di masa pandemi. Jenis penelitian ini merupakan deskriptif-kuantitatif dengan responden penelitian sebanyak 67 pengusaha, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Resiliensi dalam penelitian ini diukur menggunakan dengan The Connor-Davidson Resilience Scale (CD-RISC) yang terdiri dari 19 aitem dengan reabilitas 0.921. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha coffee shop pada masa pandemi memiliki tingkat resiliensi yang tinggi terbukti dari skor rata-rata mean empirik 79,14 yang lebih besar daripada skor rata-rata hipotetik 45. Data deskriptif responden dalam penelitian ini berdasarkan usia, status pernikahan, tingkat pendidikan, jenis kelamin, lama waktu mengelola coffee shop, dan pendapatan berada pada kategori sangat tinggi.

Kata kunci: Resiliensi, pengusaha coffee shop dan masa pandemi COVID-19

PENDAHULUAN

Menjamurnya bisnis coffee shop tidak terlepas dari pengaruh perubahan zaman dan pola hidup yang ada di masyarakat, walaupun sebelumnya masyarakat terbiasa menikmati kopi di warung kopi atau beberapa coffee shop yang memang sudah terkenal di khalayak masyarakat, misalnya: Starbucks, Kopi Kenangan dan lain sebagainya (Sasmita, 2021). Bisnis coffee shop yang dimiliki oleh individu maupun perusahaan, kini telah menjadi daya tarik masyarakat di kota-kota maupun daerah Indonesia (Adiwaluyo, 2016). Realitas tersebut terbukti dari hasil riset TOFFIN terkait melonjaknya jumlah gerai coffee shop pada 2019 berjumlah 2950 gerai yang mencapai tiga kali dibandingkan pada tahun 2016 berjumlah 1000 gerai (Adiwinata, Sumarwan, & Simanjuntak, 2021).

Menurut Haryanto (2019) terdapat beberapa faktor yang dianggap dapat membuka prospek atau peluang besar pada bisnis kopi di tahun 2020, yaitu: daya beli konsumen yang terus meningkat, kelas menengah yang meningkat juga ditandai dengan kesejahteraan materi yang meningkat juga, RTD Coffee dengan harga yang terjangkau, populasi jumlah generasi Y dan Z yang meningkat di Indonesia dengan gaya hidup terbiasa mengkonsumsi kopi, adanya media sosial untuk menjual dan mempromosikannya, adanya Grabfood, Gofood dan platform penjualan online lainnya, *entries barriers* yang rendah dalam bisnis kopi karena bahan baku dari Indonesia, peralatan mesin kopi yang mudah didapatkan, sumber daya manusia yang semangat dalam membangun bisnis kopi dan *margin*

atau hasil penjualan bisnis kopi yang dianggap cukup tinggi sehingga sangat menjanjikan dan menggiurkan bagi individu yang ingin membuka usaha kedai kopi.

Hasil survei perusahaan penyedia solusi bisnis barang dan jasa di industri hotel, restoran dan kafe bisnis dengan Majalah MIX MarComm SWA Media Group menunjukkan bahwa kedai kopi yang berada di Indonesia diperkirakan dapat memiliki nilai pasar mencapai Rp4,8 triliun pertahunnya. Data tersebut diperoleh dengan mempertimbangkan harga rata-rata pada penjualan kopi pergelasnya sebesar Rp22.000 pada gerai coffee shop yang ada dengan penjualan perhari sebanyak 200 gelas (Syafina, 2019). Asumsi tersebut, ternyata tidak sesuai dengan realitas disebabkan merebaknya virus Covid 19 yang ditandai dengan adanya pandemi menimbulkan ketidakpastian pada banyak sector bisnis termasuk usaha *coffee shop* yang mengalami penurunan pendapatan (Cakranegara, 2020).

Penurunan tingkat konsumsi kopi pada masyarakat disebabkan kebijakan pemerintah yang dibuat saat pandemi Covid 19 terkait dengan adanya *social distancing*, ditandai dengan jaga jarak atau mengurangi sentuhan, komunikasi dengan orang lain dan aktivitas di luar rumah serta mewajibkan sebagian besar individu untuk *work from home* (WFH). Kebijakan tersebut juga disertai dengan kecemasan individu terkait dengan higienitas kopi yang akan dibeli dari *coffee shop* (Ardanis, 2022). Studi Zulfikar dan Auliansyah (2020) menunjukkan bahwa 90,8% dari 196 responden menyatakan bahwa minum kopi di kedai kopi dapat menularkan Covid 19 sehingga sebaiknya individu melakukan *social distancing*. Ketua Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Rama Datau juga menyatakan bahwa pengusaha restoran, *coffee shop*

dan sebagainya mengalami penurunan jual beli saat informasi bahwa Covid-19 telah menyebar di Indonesia, penurunan tersebut sebesar 30 % (Kusuma, 2020). Dilansir dari CNN (2020) banyak restoran maupun *coffee shop* yang gulung tikar atau tutup selama pandemi Covid 19, misalnya: *djournal coffee* dan *the people's café* namun terdapat juga beberapa gerai kopi yang masih buka dan bertahan di kondisi sulit akibat tersebut.

Adanya pembatasan pengunjung, jam buka dan waktu berjualan yang singkat, merugikan pengusaha *coffee shop* namun hal itu justru menuntut mereka untuk bangkit agar bisnis *coffee shop* tetap bertahan sampai dengan pandemi COVID-19 berakhir. Akibatnya, beberapa pemilik *coffee shop* mengubah strategi pemasaran dengan meningkatkan promosi melalui media *online* untuk penjualan *online* daripada *dine in* dan dengan menyesuaikan produk yang dibutuhkan serta yang diinginkan oleh konsumen (Mawardhi, 2020).

Peneliti melakukan wawancara pada salah satu pemilik *coffee shop* di Jakarta, subjek menyatakan bahwa sempat merasa terpuruk karena mengalami kerugian akibat pandemi, hasil penjualan menurun hingga 70% bahkan subjek pernah tidak menerima pemasukan selama satu minggu. Subjek merasa tertekan, bingung, dan kewalahan dengan tanggungan yang banyak padahal harus segera dibayarkan seperti sewa tempat serta gaji karyawan. Pendapatan yang sedikit membuat subjek terpaksa membayar uang sewa dan gaji karyawan dengan uang pribadi. Kenyataan pahit itu, membuat subjek mengikuti trend penjualan kopi dan mencari strategi baru agar bisnisnya kembali stabil, seperti: memberikan promo pada konsumen, mengeluarkan kemasan baru dan mengadakan *live music*. Usaha tersebut secara perlahan terbukti

menaikkan omset usahanya. Subjek menjelaskan juga bahwa berbisnis tidak mudah karena pengusaha harus mampu beradaptasi dengan situasi dan keadaan yang sulit.

Fenomena dan hasil wawancara di atas menjelaskan akibat pandemi Covid-19 pengusaha *coffee shop* mengalami kerugian bahkan ada yang bangkrut, namun tidak semua pengusaha mengalami keterpurukan. Beberapa pengusaha yang bangkit dari keterpurukan tidak terlepas dari usahanya untuk memperbaiki dan berkembang dalam kondisi sulit tersebut. Individu yang dapat merespon kesulitan dan mampu beradaptasi dalam kondisi yang sulit dengan baik dan produktif berkaitan dengan resiliensi.

Menurut Cyrulnik (2009) resiliensi adalah kemampuan individu untuk tetap bertahan dan berkembang dalam kehidupan akibat adanya tekanan atau kesulitan dengan cara yang positif serta dapat diterima secara sosial. Menurut Herrman, Stewart, Diaz-Granados, Berger, Jackson, dan Yuen (2011) resiliensi mengacu pada perilaku adaptasi positif, atau kemampuan individu agar dapat bertahan dan dapat mengembalikan kesehatan mentalnya dengan baik saat menghadapi kesulitan. Kesulitan tersebut dapat disebabkan oleh beberapa hal, seperti: pola asuh yang bermasalah, kemiskinan, tunawisma, peristiwa traumatis, bencana alam, kekerasan, perang, penyakit fisik dan orang lain. McEwen (2011) menyatakan bahwa individu dengan tingkat resiliensi yang baik dapat terhindar perilaku negatif seperti stress dan depresi yang dapat merugikan dirinya sendiri sehingga permasalahannya terselesaikan dengan baik juga.

Menurut Connor dan Davidson (2003) bahwa resiliensi terdiri dari lima aspek, yaitu: (1). *personal competence and tenacity* adalah kompetensi dan keuletan individu dalam mencapai

tujuan yang akan dicapai, meskipun pernah atau berada dalam situasi sulit bahkan kegagalan, (2). *trust in one's instinc and tolerance of negative affect* adalah cara individu mentoleransi efek negatif akan masalah atau kesulitan yang dihadapi dengan tetap tenang serta cenderung lebih hati-hati dalam berpikir serta mengambil keputusan, (3). *positive acceptance of change and secure relationships* merupakan kemampuan individu yang menganggap bahwa perubahan atau masalah merupakan hal positif, sehingga tidak mempengaruhi hubungan sosialnya dengan orang lain, (4). *sense of control and resourcefulness* adalah kemampuan individu untuk mengontrol dirinya dan pikirannya dalam mencapai tujuan sehingga dapat mengetahui kemana ia harus meminta bantuan dan dukungan dari orang lain yang berada di sekitarnya, dan (5). *spiritual influences and the ability to find meaning* adalah keyakinan individu akan agama yang dianutnya dan masalah merupakan ketetapan Tuhan yang harus dilalui dengan baik.

Studi Hartmann, Weiss, Newman, dan Hoegl (2020) menyatakan akan pentingnya resiliensi pada pengusaha agar dapat mengetahui potensi dan ketangguhannya dalam menghadapi kesulitan, sehingga pengusaha yang memiliki resiliensi yang baik dapat beradaptasi dengan kesulitan. Studi Mariyati, dan Chomsyatun (2018) menyatakan bahwa resiliensi pada pengusaha pasca mengalami kebangkrutan menunjukkan kemampuannya dalam membangun usahanya kembali dan membuat usahanya lebih sukses dari sebelumnya. Kebangkrutan tersebut berubah menjadi kesuksesan karena kemampuan individu dalam memaknai dan menerima kesulitan, bangkit dari keterpurukan dengan tidak terlarut dalam kekecewaan dan kesedihan disertai sikap pasrah akan takdir. Studi

Huda, dan Rosita (2021) juga menunjukkan bahwa dengan tingkat resiliensi yang baik, setelah mengalami kerugian dan kegagalan pengusaha mampu membangun usahanya kembali dan menjadikan lebih sukses dari sebelumnya karena dapat menemukan dan menggunakan strategi marketing *offline* dan *online* yang sesuai dengan usahanya sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli produknya.

Hasil studi literatur Hartmann, Backmann, Newman, Brykman, dan Pidduck (2022) menunjukkan bahwa resiliensi dibutuhkan pengusaha karena sebagai pengusaha harus positif dalam mengelola dan mengatasi kesulitan untuk membangun dan memimpin usaha yang sukses. Resiliensi pada pengusaha merupakan inti dari proses kewirausahaan, sebagaimana adanya mempengaruhi inisiasi, keterlibatan dan kinerjanya dalam mengelola usahanya. Sebaliknya, pengusaha yang tidak memiliki resiliensi dapat menimbulkan efek negatif dalam usahanya.

Pentingnya resiliensi pada pengusaha *coffee shop* sesuai penjelasan di atas, mengarahkan peneliti untuk mendeskripsikan gambaran resiliensi pada pengusaha *coffee shop* dalam menghadapi kesulitan saat pandemi Covid 19 dan mengelolanya dengan baik sehingga dapat mencapai tujuan yang akan dicapai.

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah pengusaha *coffee shop* yang menghadapi kesulitan dalam usahanya akibat pandemic Covid 19. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* pada 67 pengusaha, berdasarkan karakteristik sampel yaitu: usia, status pernikahan, tingkat pendidikan, jenis kelamin, pendapatan, dan domisili. Resiliensi dalam penelitian ini, diukur dengan *The*

Connor-Davidson Resilience Scale (CD-RISC) menurut Connor dan Davidson (2003) yang terdiri dari lima aspek, yaitu: *personal competence and tenacity, trust in one's instinc and tolerance of negative affect, positive acceptance of change and secure relationships, sense of control and resourcefulness,* dan *spiritual influences and the ability to find meaning*. Skala resiliensi yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 19 item dan memiliki reliabilitas sebesar 0.921.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan kelompok studi yang diteliti berdasarkan data variabel yang tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis (Azwar, 2015). Analisis deskriptif berbentuk baseline data agregat sehingga data bersifat deskripsi saja dan tidak mencari atau menjelaskan suatu konteks (Muhson, 2016). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif-kuantitatif dengan satu variabel yaitu resiliensi atau kemampuan individu untuk bertahan dan bangkit dari keterpurukan serta merespon suatu masalah dengan positif dan produktif, sehingga dapat menyelesaikan kesulitan-kesulitan dengan baik pada pengusaha *coffee shop* pada masa pandemi Covid 19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis deskriptif mean empirik yang didapatkan bahwa responden dalam penelitian ini mendapatkan mean empirik resiliensi sebesar 79.14. Artinya, responden pada penelitian ini mempunyai kemauan untuk bangkit dari keterpurukan serta merespon suatu masalah dengan positif, produktif dan mengetahui kepada siapa seharusnya ia mendapatkan bantuan serta dukungan. Hasil tersebut sejalan dengan hasil studi Noble dan Grath (2012) yang menyatakan bahwa

individu yang resilien mempunyai kemampuan dalam dirinya seperti berpikir optimis dan fokus pada tujuan yang dicapai, kemudian secara eksternal mendapatkan dukungan sosial yang baik sehingga mampu bertahan atau mengatasi kesulitan dari peristiwa yang tidak menyenangkan. Menurut Hartmann, dkk. (2022) resiliensi berperan penting dalam diri pengusaha mengingat pengusaha terkadang bahkan sering kali menghadapi kemunduran dalam usahanya sehingga pengusaha harus dapat mengelola berbagai bentuk kesulitan agar dapat mencapai tujuannya. Kesulitan yang dihadapi pengusaha terkait dengan masalah keuangan, partner kerja, keluarga, bencana alam dan guncangan eksternal lainnya, seperti yang dialami selama pandemi Covid 19.

Hasil deskriptif mean empirik untuk resiliensi berdasarkan usia pengusaha *coffee shop* dari 20-60 memiliki mean empirik dengan kategori sangat tinggi yaitu 79.01 untuk 20-30 tahun, 80.28 untuk usia 30-40 tahun, 79.33 untuk 40-50 tahun dan 78.66 untuk 50-60 tahun. Artinya, kemampuan pengusaha *coffee shop* untuk bertahan dan bangkit dari keterpurukan tergantung dari bagaimana usaha individu dalam mencapai kemampuan tersebut sehingga usia tidak berkaitan dengan tingkat resiliensi seseorang. Hasil studi ini, berbeda dengan studi Gooding, Hurst, Johnson dan Tarrier (2011) yang menjelaskan bahwa rentang usia individu berhubungan dalam pencapaian resiliensi sehingga individu yang lebih dewasa cenderung mempunyai kemampuan menahan diri dan memecahkan masalah yang dihadapinya. Menurut Li, Luo, Mu, Li, dkk. (2021) individu dengan ketahanan yang baik dapat beradaptasi secara positif dengan kesulitan dan masalah yang dihadapinya sehingga usia tidak berkaitan dengan resiliensi.

Hasil deskriptif mean empirik untuk resiliensi berdasarkan status pernikahan yaitu belum menikah sebesar 79,66 sudah menikah sebesar 78,22 dan duda sebesar 76,5 berada pada kategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan tidak ada perbedaan antara status pernikahan dengan pengusaha *coffee shop* di masa pandemi untuk mencapai resiliensi. Hasil studi Fazny (2019) juga menyatakan bahwa status pernikahan tidak menentukan resiliensi seseorang, karena dukungan yang didapatkan individu saat menghadapi kesulitan tidak hanya berasal dari pasangan hidup tetapi juga bisa didapatkan dari teman, keluarga dan orang lain di sekitarnya.

Hasil deskriptif mean empirik untuk resiliensi berdasarkan pendidikan terakhir yaitu S1 sebesar 78.58, SMA/SMK sebesar 79.59, S2 sebesar 78, dan Diplomat sebesar 82.25 berada pada kategori sangat tinggi sehingga tidak terdapat perbedaan antara pendidikan terakhir dalam mencapai resiliensi. Individu dengan resiliensi yang baik berkaitan dengan usahanya untuk mentoleransi efek negatif dari kesulitan, menganggap perubahan sebagai hal yang positif, fokus pada tujuan yang akan dicapai dan menemukan makna dibalik kesulitan yang sedang dihadapi (Dombo & Sabatino, 2019)

Hasil deskriptif mean empirik untuk resiliensi yang didasarkan oleh jenis kelamin yaitu laki-laki sebesar 80.23 dan perempuan sebesar 77.39 berada pada kategori sangat tinggi. Artinya, kemampuan dalam bertahan dalam kondisi sulit dengan tetap berusaha untuk tetap produktif tidak berkaitan dengan jenis kelamin. Hasil studi Ryan dan Caltabiano (2009) juga mengemukakan bahwa jenis kelamin tidak berkaitan dengan resiliensi seseorang karena setiap individu memiliki kemampuan untuk mengatasi kesulitan serta keterpurukan yang

dihadapinya melalui proses adaptasi atau menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan maupun keadaan yang dapat merugikan.

Hasil deskriptif mean empirik untuk resiliensi didasarkan oleh lama waktu mengelola *coffee shop* yaitu 2 tahun sebesar 79.59, 2-3 tahun sebesar 78 dan lebih dari 3 tahun sebesar 78.58 berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antara lama waktu mengelola *coffee shop* dalam mencapai resiliensi individu. Setiap individu yang membangun usaha akan mengalami situasi sulit dan dituntut untuk mencari solusi agar bisa keluar dari permasalahannya, tidak bergantung pada lama mengelola *coffee shop* tersebut. Hasil studi Pratama dan Mardawati (2022) mengemukakan bahwa masa sulit tidak terlihat dari berapa lama individu mengelola usahanya, karena siapapun akan merasakan masa sulit. Bagi beberapa orang, masa sulit tersebut dapat menjadikannya lebih berkembang serta belajar untuk tidak mudah menyerah dan mencari solusi dengan baik sehingga dapat keluar dari kesulitannya.

Hasil deskriptif mean empirik untuk resiliensi didasarkan oleh kisaran pendapatan sebelum masa pandemi sebesar 5.000.000 – 10.000.000 sebesar 79.90. Pendapatan saat pandemi 1.000.000 – 3.000.000 sebesar 80.88 dan setelah pandemi >5.000.000 sebesar 76.85. Berada pada kategori sangat tinggi, pengusaha *coffee shop* yang mampu bertahan dari keterpurukan lebih memilih untuk memutar ide seperti penjualan online, dan juga mengadakan promo lainnya agar bisa mempertahankan usaha yang dimilikinya. Hasil studi Mariyati dan Chomsyatun (2018) mengemukakan bahwa ketika individu berada dalam perasaan kecewa, dukungan keluarga dan tanggung jawab terhadap bisnisnya menjadi salah satu faktor yang dapat

mempengaruhi kemampuan seseorang menerima suatu peristiwa sulit dengan kreatif, positif dan produktif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil analisa deskriptif pada pengusaha *coffee shop* menunjukkan bahwa pengusaha *coffee shop* pada masa pandemi Covid 19 memiliki tingkat resiliensi yang tinggi. Realitas tersebut ditandai dengan kemampuannya untuk bangkit dari keterpurukan dengan berusaha mencari solusi maupun strategi baru dan menjalankannya sehingga mereka tidak merasa terpuruk lagi akibat kesulitannya menjual minuman kopi namun mereka dapat mengambil keuntungan. Terbukti dengan adanya hasil mean empirik resiliensi responden berdasarkan usia, status pernikahan, tingkat pendidikan, jenis kelamin, lama waktu mengelola *coffee shop*, dan kisaran pendapatan yang didapat sebelum, saat dan sesudah pandemi berada pada kategori sangat tinggi. Saran bagi pengusaha *coffee shop*, diharapkan mampu mempertahankan kemampuannya dalam meningkatkan resiliensi mengingat jumlah pengusaha *coffee shop* yang banyak dan usaha tersebut makin berkembang di Indonesia. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan meneliti faktor-faktor baik internal maupun eksternal yang dapat memprediksi resiliensi.

REFERENSI

- Adiwinata, N. N., Sumarwan, U., & Simanjuntak, M. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi kopi di era pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 14(2), 189-202. DOI: <http://dx.doi.org/10.24156/jikk.2021.14.2.189>.
- Ardanis, Y. (2022). Pandemi Akibat Virus *Corona* dan Pendapatan Alternatif. <https://kumparan.com/yusril->

- ardanis/pandemi-akibat-virus-corona-dan-pendapatan-alternatif-1yUNXtZCh0L. Diakses pada hari: Minggu, 31 Juli 2022.
- Azwar, S. (2015). *Metode penelitian psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cakranegara, P. A. (2020). Gerai Kopi di Jakarta dalam Adaptasi Kehidupan Baru. *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research*, 2(02), 83-89.
- Connor, K. M., & Davidson, J. R. T. (2003). Development of a new Resilience scale: The Connor-Davidson Resilience scale (CD-RISC). *Depression and Anxiety*, 18(2), 76–82. <https://doi.org/10.1002/da.10113>
- Cyrułnik, B. (2009). *Resilience: How your inner strength can set you free from the past*. London: Penguin UK.
- Dombo, E.A., & Sabatino, C. A. (2019). *Creating Trauma-Informed Schools: A Guide for School Social Workers and Educators*, SSWAA Workshop Series. New York: Oxford Academic. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190873806.001.0001>, accessed 26 Jan. 2023.
- Fazny, B. Y. (2019). Tingkat Resiliensi Mahasiswa Perantau di Jurusan Bimbingan Konseling Islam Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah IAIN Pontianak. *INSIGHT: Jurnal Bimbingan Konseling*, 8(2), 113-124.
- Gooding, P. A., Hurst, A., Johnson, J., & Tarrier, N. (2012). *Psychological resilience in young and older adults*. *International journal of geriatric psychiatry*, 27(3), 262-270.
- Hariyanto (2019). Riset TOFFIN: Bisnis Kedai Kopi Makin Menggeliat di 2019. <https://www.industry.co.id/read/58786/riset-toffin-bisnis-kedai-kopi-makin-menggeliat-di-2019>. Diakses pada 17 Januari 2023.
- Hartmann, S., Backmann, J., Newman, A., Brykman, K. M., & Pidduck, R. J. (2022). Psychological resilience of entrepreneurs: A review and agenda for future research. *Journal of Small Business Management*, 60(5), 1041–1079. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.2024216>
- Hartmann, S., Weiss, M., Newman, A., & Hoegl, M. (2020). Resilience in the workplace: A multilevel review and synthesis. *Applied Psychology: An International Review*, 69(3), 913–959. <https://doi.org/10.1111/apps.12191>
- Herrman, H., Stewart, D. E., Diaz-Granados, N., Berger, E. L., Jackson, B., & Yuen, T. (2011). What is resilience? *Canadian Journal of Psychiatry*, 56(5), 258–265. <https://doi.org/10.1177/070674371105600504>
- Huda, M. W. S., & Rosita, K. (2021). Resiliensi Pada Pengusaha Laki-Laki Usia Dewasa Muda Pasca Pandemi Covid 19. *Journal Islamic Banking*, 1(2), 58-67.
- Kilic, S. A, Dorstyn, D. S., & Guiver, N. G. (2013). Examining factors that contribute to the process of resilience following spinal cord injury. *Spinal cord*, (January), 1–5. doi: 10.1038/sc.2013.2
- Kusuma, D.R. (2020). Dampak Virus Corona, Kedai Kopi hingga Restoran Terancam Gulung Tikar. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/dampak-virus-corona-kedai-kopi-hingga-restoran-terancam-gulung-tikar-1t31wbWBuab/full>. Diakses pada: 10 Januari 2023.
- Li, F., Luo, S., Mu, W., Li, Y., Ye, L., Zheng, X., Xu, B., Ding, Y., Ling, P., Zhou, M., & Chen, X. (2021). Effects of sources of social support and resilience on the mental health of different age groups during the COVID-19 pandemic. *BMC psychiatry*, 21, 1-14.

- <https://doi.org/10.1186/s12888-020-03012-1>
- Lightfoot, E. S., Lesen, A. E., & Ferreira, R. J. (2020). Gender and resilience in Gulf Coast communities: Risk and protective factors following a technological disaster. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 50, 101716.
- Mariyati, L. I., & Chomsyaton, I. (2018, July). Resiliensi Pada Pengusaha UMKM Pasca Mengalami Kebangkrutan Di Sidoarjo. *Prosiding seminar nasional dan call for paper: community psychology sebuah kontribusi psikologi menuju masyarakat berdaya dan sejahtera* (Vol. 1, pp. 216-231).
- McEwen, K. (2011). *Building Resilience at Work*. Australia: Australian Academic Press.
- Muhson, A. (2006). *Teknik Analisis Kuantitatif*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Noble, T., & McGrath, H. (2012). Wellbeing and resilience in young people and the role of positive relationships. In *Positive relationships: Evidence based practice across the world*, 17-33. London: Springer.
- Pratama, M. R., & Mardawan, O. (2022, January). Studi Deskriptif Entrepreneurial Resilience pada Wirausahawan Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. In *Bandung Conference Series: Psychology Science* (Vol. 2, No. 1, pp. 141-121).
- Rutter, M. (2006). Implications of resilience concepts for scientific understanding. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1094, 1–12.
<https://doi.org/10.1196/annals.1376.002>
- Ryan, L., & Caltabiano, M. L. (2009). Development of a new resilience scale: The Resilience in Midlife Scale (RIM Scale). *Asian social science*, 5(11), 39-51.
- Sasmita, A. R. (2020). Perkembangan Coffee Shop Hingga Sampai di Nusantara.
<https://www.kompasiana.com/alwin31/5e45135ad541df6cee7bb864/perkembangan-coffee-shop-hingga-sampai-di-nusantara?page=all#section2>.
Diakses pada hari: Kamis, 13 Februari 2021.
- Syafina, D. C. (2019). Pasar Bisnis Kedai Kopi di Indonesia Sudah Tembus Rp4,8 triliun.
<https://tirto.id/enBQ>. Diakses pada 23 Januari 2023.
- Utami, C. T. (2017). Self-efficacy dan resiliensi: Sebuah tinjauan meta-analisis. *Buletin Psikologi*, 25(1), 54-65. DOI: 10.22146/buletinpsikologi.18419